إدارة الأزمات الأمنية على مواقع التواصل الاجتماعي من وجهة نظر مستخدمي الانترنت

بدر سالم العنزي *

تُعدّ الأزمة واحدة من المؤثرات على المنظمة وأعضائها، وهي ذات تأثير مباشر على الجوانب الأشد حيوية للمنظمة، فتكون سببًا في ازدهارها، ويمتدّ تعاملها وتأثيرها إلى المجتمع. وكما للأزمة جذور للفشل لها بذور للنجاح، وان العثور على بذور النجاح المحتملة ورعايتها وحصدها، أمر حيوي لها.

يرى سيد الهواري (2015) والسيد عليوه (2014) أن المنظمات المعاصرة تتجه في ظل سياسة البقاء والمنافسة، إلى ادراك مفهوم الأزمة والتعامل معها سواء كان على مستوى صناعة الأزمة أو ادارتها، على الرغم من أن هناك خلطًا واضحًا لدى بعض متخذي القرار الاداري، والناتج عن سوء الفهم أو المعرفة، للفصل بين مفهومي إدارة الأزمات والادارة بالأزمات والتي يتناولها مفتعل الأزمة أو ادارة مكان حدوث الأزمة، حيث تشير الأزمة هنا على اعتبارها ظاهرة ادارية غير مستقرة تمثل تهديدًا مباشرًا وصريحًا لبقاء المنظمة واستمرارها، وهي تتميز بدرجة معينة من المخاطرة، وتمثل نقطة تحول في أوضاع غير مستقرة تعود إلى نتائج غير مرغوبة، تؤثر سلبًا على كفاءة وفعالية متخذ القرار (21: 17)، (20: 23).

ويشير **أمنية سالم (2015)، وعطية افندى (2005)** إلى أن الأزمة تعبّر في حقيقتها عن فشل اداري لمتخذ القرار نتيجة لحدوث خلل اداري معين، أو ناتج معين، أو ناتج عن عدم خبرة، أو معرفة، لذلك تحتاج المنظمات التي تدور في دوامة الأزمات التي تخلقها الصراعات في ظل المنافسة في عالم الأعمال إلى ادارة علمية رشيدة تقوم على البحث، والحصول على المعرفة، ويقينها بأن امتلاك ناصية العلم والتقنية المعلوماتية، طريق إلى حلّ شفرة الأزمات والتعامل معها، حيث لا يمكن معالجة أي أزمة، أو التعامل معها من خلال العجز والقصور في مفردة التفكير العلمي الاستراتيجي، والحاجة إلى الاستعداد والوفرة الكافية والمناسبة للتدخل لمقاومة العجز في الفهم الكامل لطبيعة الأزمة في ترجمة أسبابها، وأبعادها، وتأطير الموقف المأزم الذي يواجه الكيان الاداري (7:35)، (24:79).

– **مشكلة البحث:**

إن الأزمات بقدر ما تصيب المنظمة، فأنها تتجه مباشرة إلى تدمير فكر متخذ القرار، والعمل على تشويش مرحلة التفكير لديه، واحداث صدمة عنيفة تتشابك بها مفردات العقل مع الأسباب والنتائج، ومن خلالها تحتاج الأزمة إلى قوة وادراك، وسيطرة وفعالية الادارة ومتخذ القرار لغرض ادارتها بالمستوى الذي يقلل من نسبة الخسائر الناتجة عن أحداث

الأزمة بمنهجية علمية، ووعي بالمقدرة على التعامل في ضوء الامكانيات المتاحة، وبتخطيط سليم ومعلومات يستند عليها في بلورة الفكر الاستراتيجي المنقذ لتلك الأزمة.

نتيجة للتغيرات العالمية المتسارعة التي حوّلت مفردات التغيير إلى صراع تسعى من خلالها المنظمات الأمنية بمختلف الدول إلى ايجاد مكان لها في عالم تسوده الأرقام ولغة الالكترونيات التي تزامنت مع مفردات الفكر الاستراتيجي لتبني سياسات أمنية وادارة جديدة تعمل في ظل عصر الأزمات، حيث أصبحت الحاجة إلى استراتيجيات من القرارات تعمل على ادارة الأزمات للنهوض بالمنظمات من نكبات الصراع والبقاء. وعليه جاءت مشكلة البحث لتطرح تساؤلا مفاده: كيف يمكن ادارة الأزمات الأمنية عبر مواقع التواصل الاجتماعي من وجهة نظر مستخدمي الانترنت؟

– **هدف البحث:** يهدف هذا البحث إلى ادارة الأزمات الأمنية عبر مواقع التواصل الاجتماعي من خلال المحاور التالية:

1- الأول: مفهوم الأزمة على مواقع التواصل الاجتماعي.
2- الثاني: أسباب حدوث الأزمات.
3- الثالث: أهداف مواقع التواصل الاجتماعي في ادارة الأزمات الأمنية.
4- الرابع: آليات مواقع التواصل الاجتماعي في ادارة الأزمات الأمنية.
5- الخامس: أساليب التعامل مع الأزمات الأمنية على مواقع التواصل الاجتماعي.
6- التأثيرات المعرفية والسلوكية نتيجة التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي.

– **تساؤلات البحث:** يحاول البحث الإجابة عن التساؤلات التالية:

1- الأول: ما هو مفهوم الأزمة على مواقع التواصل الاجتماعي؟
2- الثاني: ماهي أسباب حدوث الأزمات؟
3- الثالث: ما هي أهداف مواقع التواصل الاجتماعي في ادارة الأزمات الأمنية؟
4- الرابع: ما هي آليات مواقع التواصل الاجتماعي في ادارة الأزمات الأمنية؟
5- الخامس: ما هي أساليب التعامل مع الأزمات الأمنية على مواقع التواصل الاجتماعي؟
6- السادس: ما هي التأثيرات المعرفية والسلوكية نتيجة التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي؟

– **أهم المصطلحات المستخدمة في البحث:**

ادارة الأزمات: يعرّفها سيد الهواري بأنها "قدرة المؤسسة على التعامل مع المواقف الطارئة بسرعه وفعالية وكفاءة بهدف تقليل التهديدات والخسائر في الأرواح والممتلكات والآثار السلبية على استمرار أنشطتها وعملياتها" (21: 25).

مواقع التواصل الاجتماعي: أحد المواقع الاجتماعية للتواصل التي تستخدم في تبادل الآراء والأفكار والخبرات بين المشاركين حول مختلف القضايا مثل (Face book- Twitter- YouTube). (تعريف إجرائي)

- **الدراسات المرتبطة:**

أولا: الدراسات العربية:

1- دراسة **منتصر عدلي محمد (2017):** هدفت إلى كيفية التوصل إلى إطار مقترح لتطوير التشريعات المتعلقة بالجريمة المنظمة والمخدرات، وسدّ الثغرات القانونية أمام القائمين على الجريمة المنظمة لعدم استغلال ذلك في تحقيق أهدافهم، وتمكين القائمين على مكافحة المخدرات من تحقيق معدلات أفضل لمواجهة التطور في الجريمة، والحدّ من تفاقمها وانتشارها، ومن إنعكاساتها السلبيه على المجتمع المصري. وكانت أهم النتائج ان هناك اتفاقًا من أفراد العينة بلغت نسبته 93.3% بوجود علاقة بين الجريمة المنظمة والاتجار غير المشروع بالمخدرات. أن نسبة 76.9% من مفردات العينة بأن هناك قصورًا في التشريعات الدولية والمحلية، وأنها لا تواكب التطور الملحوظ في أداء الجماعات القائمة على الجريمة المنظمة. أن غالبية عينة الدراسة اتفقت بنسبة 82.2%على أن قانون الإجراءات الحالي يحتاج إلى تطوير ليحقق السرعة فى البت في القضايا، ويحقق الردع للقائمين على الجريمة المنظمة ويحدّ من انتشارها (41).

2- دراسة ميرهان محمد أبو الفتوح (2017): هدفت إلى تحديد مدى تأثير استخدام شبكات التواصل الاجتماعي علي الثقافة السياسية لدى طلاب الجامعات المصرية، فكان من الضروري وضع إطار نظري عن ماهية شبكات التواصل الاجتماعي، كما استوجب الأمر إلقاء الضوء علي الثقافة السياسية بصفة عامةن والثقافة السياسية المصرية بصفة خاصة، وذلك مع دراسة حالة لطلاب الجامعات المصرية؛ حالة من جامعة في العاصمة وهي جامعة القاهرة، وأخرى من جامعة إقليمية وهي جامعة الزقازيق. وقد تم استخدام الاستبيان لمعرفة مدى تأثير مواقع التواصل الاجتماعي في عناصر الثقافة السياسية المصرية. وأثبتت نتائج الدراسة أن لشبكات التواصل الاجتماعي أثرًا ضعيفًا على عناصر الثقافة السياسية المصرية، حيث لا يوجد تأثير لشبكات التواصل الإجتماعي على المعارف السياسية لشباب الجامعات المصرية، بالإضافة إلى عدم وجود تأثير على مفهوم المشاركة السياسية للشباب وعدم وجود تأثير على التوجهات تجاة السلطة على الرغم من وجودها الفاعل في المجتمع، ولكن تأثيرها يكون على حرية الفكر والتعبير لدى الشباب (43).

3- دراسة **أمنية عبد الرحمن الديب (2016):** سعت إلى رصد وتحليل وتقويم الكيفية التي يتم من خلالها توظيف التكنولوجيا الحديثة والوسائل التفاعلية المتاحة على شبكة الانترنت في ادارة المنظمة لعمليات الاتصال أثناء وبعد الأزمات التي تواجهها، وذلك بالتطبيق على الأدوات الالكترونية، والوسائل التفاعلية من خلال دراستي حالة على وزارتي الدفاع والداخلية بالاعتماد على نموذج معايير الممارسة المتميزة لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي في اتصالات الأزمة عبر وسائل التواصل الاجتماعي(6).

4- دراسة **ألاء عادل عيد (2016):** ركّزت على علاقة تعرض الشباب الجامعي للإرهاب الإلكتروني عبر مواقع التواصل الاجتماعي باستخدامهم للإنترنت. وكانت أهم نتائج الدراسة: نسبة من يتعرضون للإرهاب الإلكتروني بصفة منتظمة (نعم) من إجمالى مفردات من يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي، توجد علاقة ارتباطية موجبة ودالة إحصائيًا بين مستوى تعرض المبحوثين للإرهاب الإلكتروني عبر مواقع التواصل الاجتماعي ومستوى الإضطراب أثناء استخدام الإنترنت، أي أنه كلما زاد تعرض المبحوثين للإرهاب الإلكتروني عبر مواقع التواصل تزداد لديهم إضطرابات استخدام الإنترنت(1).

5- دراسة **سعود محمد العجمي (2016):** هدفت إلى التعرف على مدى تأثير انتشار شبكات التواصل الاجتماعي كـ"تويتر" وغيرها من المواقع على الشباب الجامعي في دولة الكريت. التعرف على أهم شبكات التواصل الاجتماعي التي يفضل الشباب الجامعي في دولة الكويت قراءة الخبر أو المعلومة منها، وأيضا التعبير من خلالها. التعرف على الأساليب والطرق التي يستخدمها الشباب الجامعي في تنظيم الحراك والنزول الى الشارع من خلال استخدام شبكات التواصل الاجتماعية توعية الشباب الجامعي في دولة الكويت بأخلاقيات الكتابة(19).

6- دراسة **سامى وفيق زنداح (2016):** هدفت إلى التعرف على دور القيادة الملهمة في ادارة الأزمات، واستخدام الباحث المنهج الوصفي التحليلي، واستعان بالاستبيان كأداة لجمع البيانات، وتوصل إلى النتائج التالية: إن القيادة الابداعية الملهمة هي أحد الحلول السحرية لادارة الأزمات في وزارة الصحة الفلسطينية، يجب توفير وتدريب صف ثانٍ من القيادات للتدريب على الدور الابداعي في عمليات القيادة في القطاع الصحي ومختلف القطاعات الخدمية بالدولة (17).

7- دراسة **رانيا حاكم كامل (2016):** هدفت إلى التعرف على ماهية جرائم الإنترنت وأنواعها المختلفة، والكشف عن حجم انتشار جرائم الإنترنت في المجتمع المصري من واقع الإحصاءات الرسمية، وأكثر الجرائم انتشارًا، وإلقاء الضوء على مكان ارتكاب جرائم الإنترنت، وأساليب ارتكابها، وأسباب اقترافها، والخصائص الديموجرافية لضحايا ومرتكبي تلك الجرائم، وتوضيح الإجراءات القانونية والأحكام الجنائية لجرائم الإنترنت، وإلقاء الضوء على دور إدارة مكافحة جرائم الحاسب وشبكات المعلومات، وأخيرًا الكشف عن آليات مواجهة جرائم الإنترنت. وكانت أهم النتائج تعدد جرائم الإنترنت في المجتمع المصري، وتختلف من حيث أنواعها وشدتها وترتيبها، وهو ما أكدته (احصاءات الأمن العام والمحاضر الرسمية والدراسة الميدانية). وجاء في مقدمة أنواع تلك الجرائم "جريمة السبّ والقذف والتشهير"، كأعلى نسبة في اعداد جرائم الإنترنت، حيث يسرت الثورة التكنولوجية عبر الإنترنت، ارتكاب بعض الجرائم، كما أنها غيّرت في شكل وطريقة ارتكابها، فانتقل الشجار من الواقع المعايش في نطاق السكن والجوار إلى الواقع الافتراضي، فأصبح في

إمكان الجاني إقتراف جريمته بسهولة نظرًا لتملكه أدوات الدخول عبر الشبكة، والوصول إلى المجني عليه بغض النظر عن المكان والزمان، وذلك دون الإفصاح عن هويته وتركيب بعض مقاطع الصوت والصورة، وإلصاقها بالمجني عليه زورًا وبهتانا (14).

8- دراسة **أمجد أنور نور (2014)**: هدفت إلى وضع استراتيجية للشرطة المجتمعية من خلال استعراض مفهومها ومبادئها ومكوناتها، ومدى تميزها عن الشرطة التقليدية والأنظمة الأخرى التقليدية التي تعتمد على إشراك المجتمع في الأعمال المختلفة، وكذا عرض المداخل النظرية المختلفة للشرطة المجتمعية (السوسيولوجية - السيكولوجية - الأيكولوجية - الثقافية - التنظيمية والقانونية) سعيًا إلى فهم فلسفتها، والتعرف على المشكلات المرتبطة بها، وتقييم تطبيقات الشرطة المجتمعية على مدى التاريخ في البيئات العالمية والعربية، وصور الشراكة المجتمعية وحلّ المشكلات في الشرطة المصرية من أجل الاستفادة من إيجابياتها، وتفادي سلبياتها عند التطبيق على البيئة المصرية. وكانت أهم النتائج: أنه بالرغم من وجود بعض المعوقات المرتبطة بالنسق الأمني والأنساق الاجتماعية الأخرى، تم تحديد مقومات نجاح الشرطة المجتمعية في شكل متطلبات لازمة لتجنب تلك المعوقات، وقد دعم ذلك النتيجة التي توصلت إليها الدراسة، وهي تقبل أغلب الخبراء والمتخصصين لنظام شرطي مجتمعي جديد، وكذا موافقة طرفي المبحوثين من رجال الشرطة والمواطنين على الشراكة في العملية الأمنية من خلال الشرطة المجتمعية، وهو ما يمكن أن نعتبره كمؤشر لإمكانية نجاح تلك الاستراتيجية في البيئات المتباينة وتوافقها معها. وبناءً عليه تم وضع نموذج مقترح قابل للتطبيق في البيئات المتباينة بجمهورية مصر العربية(5).

- **ثانيا الدراسات الأجنبية:**

9- دراسة **ميشيل فانسون (2012)**: هدفت إلى تبيان أثر شبكات التواصل الاجتماعي على العلاقات الاجتماعية، وطبقت على عينة بلغ قوامها 1600 شاب من مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي في بريطانيا، وتوصلت إلى النتائج التالية: اعتراف الشباب بقضاء أوقات أطول على "الفيس بوك" وباقية مواقع التواصل الاجتماعي، كما أن شبكات التواصل الاجتماعي ساهمت في تغيير أنماط حياتهم (46).

10- درست **سارة جون (2012)** دور مواقع التواصل الاجتماعي في الربيع العربي، وتناولت استخدمات التكنولوجيا الرقمية، ومواقع التواصل الاجتماعي خصوصاً بالنسبة إلى متظاهري الديمقراطية في تونس ومصر. وتوصلت إلى الخلاف الكبير حول أهمية التكنولوجيا الرقمية في تحديد نتائج الاضطرابات المدنية في الدول العربية بداية عام 2011، كما توصلت إلى أن "تويتر" هو الجهاز الأكثر استخدامًا على وسائل الاعلام (48)

11- درست **كاترين اودنيل (2011)** الكم المستخدم لمواقع التواصل الاجتماعي في الربيع العربي، حيث أبرزت الدراسة أن هذه الوسائل الاجتماعية أدت دورًا محوريًّا في

تشكيل المناقشات السياسية في الربيع العربي، وان المحادثات حول الثورة غالبًا، ما تسبقها الأحداث الكبرى، إضافة إلى أن وسائل الاعلام الاجتماعية، حملت القصص الملهمة من الاحتجاجات عبر الحدود الدولية (45).

- **منهجية وإجراءات البحث:**

1- منهج البحث: استخدم الباحث المنهج الوصفي الميداني المناسب لأهداف هذه البحث.

2- مجتمع البحث: يتكوّن مجتمع البحث من جميع مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي.

3- عينة البحث: بلغت عينة البحث 300 مفحوص من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي بمدينة الكويت، واشتملت عينة البحث على تخصصات مهنية مختلفة، ومستويات اجتماعية واقتصادية متنوعة، وكذلك مستويات تعليمية وفئات عمرية مختلفة، ويوضح جدول (1) التوصيف الاحصائى لعينة البحث.

جدول (1): توصيف عينة البحث (ن= 300)

المتغيرات		العدد	%
النوع	ذكر	195	65
	أنثى	105	35
	المجموع	300	100
المؤهل العلمي	دكتوراه	35	11٫67
	ماجستير	75	25
	دبلوم دارسات عليا	60	20
	مؤهل عال	130	43٫33
	المجموع	300	100
عدد سنوات الخبرة	اقل من 5سنوات	150	50
	من 5- لأقل من 10 سنوات	85	28٫33
	أكثر من 10 سنوات	65	21٫67
	المجموع	300	100
العمر	اقل من 35	175	58٫33
	من 35-45	80	26٫67
	أكثر من 45	45	15
	المجموع	300	100
الوظيفة	قطاع عام	165	55
	قطاع خاص	58	19٫33
	عمل حر	55	18٫33
	لا يعمل	25	8٫34
	المجموع	300	100

4- **أدوات جمـع البيانـات:** استخدم الباحث في جمع البيانات استمارة الاستبيان من تصميمه، واتبع في ذلك في إعداد الاستبيان: القراءات النظرية للمراجع العلمية، وتحليل الدراسات والبحوث المرتبطة بموضوع البحث حيث تم تحديد(6) محاور للاستبيان، وهي على النحو التالي:

1- الأول: مفهوم الأزمة على مواقع التواصل الاجتماعي.

2- الثاني: أسباب حدوث الأزمات.

3- الثالث: أهداف مواقع التواصل الاجتماعي في ادارة الأزمات الأمنية.

4- الرابع: آليات مواقع التواصل الاجتماعي في ادارة الأزمات الأمنية.

5- الخامس: أساليب التعامل مع الأزمات الأمنية على مواقع التواصل الاجتماعي.

6- السادس: التأثيرات المعرفية والسلوكية نتيجة التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي

واشتمل الاستبيان على ميزان تقدير ثلاثي (موافق /إلى حدا ما/ معارض / غير موافق) وتم تحديد الدرجات التالية وفقًا لميزان التقدير، وذلك على التوالي (2 -1 - صفر).

5- **الدراسة الاستطلاعية:** أجرى الباحث دراسة استطلاعية بهدف التأكد من سلامة وسهولة فهم عبارات الاستبيان وإمكانية قراءتها وفهمها، ومناسبة الوقت اللازم لاستفتاء الاستبيان تمت الدراسة الاستطلاعية في الفترة من 2017/11/1 حتى 2018/2/7 على عينة من الطلاب وبلغت 40 مفحوصًا من مستخدمي الانترنت من غير عينة البحث.

6 - **المعاملات العلمية للاستبيان:**

- صدق المحتوى: قام الباحث بحساب صدق المحتوى (صدق المحكمين): حيث تم عرض محاور الاستبيان وعباراته على مجموعة من المتخصصين، 7 خبراء في مجال الاعلام والأمن من كليات الاعلام، وكليات الآداب، وكلية الشرطة، يشترط فيهم أن يكونوا حاصلين على درجة دكتوراه الفلسفة والأستاذية في مجال الاعلام المرئي والاعلام الأمني وألا تقل سنوات خبراتهم عن 25 سنة في مجال التخصص، ذلك لإبداء رأيهم وحكمهم على إن المحاور المختارة للاستبيان تتفق مع الغرض منها، وان كل عبارة تنتمي للمحور الذي يتضمنها، كذلك مدى الوضوح في فهم كل عبارة، وترك حرية استبعاد العبارات وإضافة عبارات جديدة يرونها مناسبة. ويوضح جدول(2) عدد العبارات المستبعدة بعد العرض على الخبراء.

جدول (2): النسبة المئوية لرأي الخبراء على المحاور والعبارات (ن=7)

م	المحاور	العبارات المبدئية	%	العبارات المستبعدة	العدد النهائي
1	مفهوم الأزمة على مواقع التواصل الاجتماعي	10	15٫38	2	8
2	أسباب حدوث الأزمات	11	16٫92	1	10
3	أهداف مواقع التواصل الاجتماعي في ادارة الأزمات الأمنية	14	21٫54	2	12
4	اليات مواقع التواصل الاجتماعي في ادارة الأزمات الأمنية	14	21٫54	2	12
5	أساليب التعامل مع الأزمات الأمنية على مواقع التواصل الاجتماعي	8	12٫31	1	7
6	التأثيرات المعرفية والسلوكية نتيجة التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي	8	12٫31	3	5
		65	100	11	54

وقد جاءت النتائج كما يلي:

- موافقة الخبراء بنسبة (100%) على مدى مناسبته المحاور الستة المقترحة.
- موافقة الخبراء بنسبة (100%) على مدى كفاية المحاور.
- وفي حدود ما وضعه الباحث من نسبة لقبول رأي الخبراء وهو اتفاق (80%) على الأقل لقبول العبارة، وقد تم استبعاد عدد 11 عبارة من المحاور الستة لعدم حصولها على المحك المقبول لدرجة الموافقة من قبل الخبراء.
- صدق الاتساق الداخلي: قام الباحث بحساب قيمة معامل الارتباط بيرسون عن طريق إيجاد معامل الارتباط بين درجة كل عبارة والمجموع الكلي للمحور الذي تمثله كذلك حساب معامل الارتباط بين الدرجة الكلية لكل محور والدرجة الكلية لمجموع المحاور، ويوضح جدول(3) قيم معاملات الارتباط بين كل عبارة والمحور المنتمية إلية.

جدول (3): معاملات الارتباط بين عبارات الاستبيان والمحور المنتمية إليه (ن=40)

المحور الاول	قيمة معامل الارتباط	تابع المحور الثالث	قيمة معامل الارتباط
رقم العبارة		10	0٫688
1	0٫663	11	0٫677
2	*0٫385	12	0٫745
3	0٫745	المحور الرابع	
4	0٫741	1	0٫644
5	*0٫393	2	0٫688
6	0٫852	3	0٫832
7	*0٫341	4	0٫822
8	0٫922	5	*0٫389
المحور الثانى		6	0٫744
1	0٫762	7	0٫901
2	0٫745	8	0٫823
3	0٫834	9	0٫874
4	*0٫394	10	0٫863
5	0٫711	11	0٫698
6	0٫658	12	0٫8781
7	0٫698	المحور الخامس	
8	0٫687	1	0٫867
9	0٫87	2	0٫857

م	معامل الارتباط	م	معامل الارتباط
10	*0٫395	3	0٫817
المحور الثالث		4	0٫754
1	0٫697	5	0٫841
2	0٫763	6	0٫753
3	0٫897	7	0٫951
4	0٫745	المحور السادس	
5	0٫875	1	0٫852
6	0٫687	2	0٫741
7	0٫691	3	0٫963
8	0٫841	4	0٫761
9	*0٫385	5	0٫847

* قيمة معامل الارتباط (0٫393) دالة إحصائيا عند مستوى (0٫01)

يتضح من جدول رقم (3) استبعاد عدد 7 عبارات من المحاور الستة بواقع استبعاد عدد 3 عبارات من المحور الأول، عدد 2 عبارة من المحور الثاني، عدد 1 عبارة من المحورين الثالث، والرابع، وذلك لأنها غير دالة إحصائيا حيث ان قيمة "ر" المحسوبة أقل من قيمتها الجدولية عند مستوى معنوي (0٫01). كما يوضح جدول (4) معاملات الارتباط بين درجة كل محور والمجموع الكلي للاستبيان.

جدول (4): معاملات الارتباط بين درجة كل محور والمجموع الكلي للاستبيان (ن=40)

1	محاور الاستبيان	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة معامل الارتباط
1	مفهوم الأزمة على مواقع التواصل الاجتماعي	21.1	3٫4	0٫75
2	أسباب حدوث الأزمات	24.4	2٫2	0٫84
3	أهداف مواقع التواصل الاجتماعي في ادارة الأزمات الأمنية	17.2	2٫7	0٫76
4	اليات مواقع التواصل الاجتماعي في ادارة الأزمات الأمنية	16٫9	2٫6	0٫71
5	أساليب التعامل مع الأزمات الأمنية على مواقع التواصل الاجتماعي	17٫8	3٫4	0٫71
6	التأثيرات المعرفية والسلوكية نتيجة التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي	21٫2	3٫3	0٫81
	المجموع	118٫6	17٫6	0٫71

*قيمة معامل الارتباط (0٫393) دالة إحصائيا عند مستوى (0٫01)

- **ثبات الاستبيان:** للتحقق من ثبات الاستبيان استخدم الباحث طريقة التجزئة التصفية، ويوضح جدول (5) قيم معامل ثبات الاستبيان وفقا لطريقة التجزئة التصفية.

جدول (5): قيم معامل الثبات بطريقة التجزئة النصفية (ن = 40)

م	محاور الاستبيان	قيمة معامل الارتباط	
		للجزئيين الأول والثاني	الأرقام الفردية والزوجية
1	مفهوم الأزمة على مواقع التواصل الاجتماعي	0٫784	0٫823
2	أسباب حدوث الأزمات	0٫822	0٫861
3	اهداف مواقع التواصل الاجتماعي في ادارة الأزمات	0٫863	0٫867
4	اليات مواقع التواصل الاجتماعي في ادارة الأزمات	0٫784	0٫879
5	أساليب التعامل مع الأزمات على مواقع التواصل الاجتماعي	0٫856	0٫901
6	التأثيرات المعرفية والسلوكية نتيجة التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي	0٫751	0٫774

ويتضح من جدول (5) أن قيمة معامل الثبات الاستبيان، قد تراوح ما بين (0٫751 – 0٫863) وفقا لارتباط بيرسون بين الجزئيين الأول والثاني، كذلك بلغت قيمة معامل الثبات بين الأرقام الفردية والزوجية ما بين (0٫774 – 0٫901) للاستبيان 0، وبذلك أصبح عدد العبارات النهائية لاستمارة الاستبيان، 27 عبارة كما يوضحها جدول(6).

جدول (6): الشكل النهائي لعبارات الاستبيان

م	المحاور	العدد النهائي للعبارات	%
1	مفهوم الأزمة على مواقع التواصل الاجتماعي	5	10٫64
2	اسباب حدوث الأزمات	8	17٫02
3	اهداف مواقع التواصل الاجتماعي في ادارة الأزمات الأمنية	11	23٫40
4	اليات مواقع التواصل الاجتماعي في ادارة الأزمات الأمنية	11	23٫40
5	أساليب التعامل مع الأزمات الأمنية على مواقع التواصل الاجتماعي	7	14٫89
6	التأثيرات المعرفية والسلوكية نتيجة التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي	5	10٫64
	المجموع	47	100

التطبيق الميدانى للبحث: طبّق الباحث البحث خلال الفترة 2017/11/1 حتى 2018/2/7.

الخطة الإحصائية للبحث: استخدم الباحث الأساليب الإحصائية التالية: المتوسط الحسابي– معامل الارتباط بيرسون – معامل الفا كرونباخ – النسب المئوية.

عرض وتفسير ومناقشه النتائج: توضح الجداول من (7) إلى (9) تحليل البيانات الأساسية لعينة البحث من مستخدمي الانترنت (مواقع التواصل الاجتماعي). كما توضح الجداول من (10) حتى (15) المتوسطات الحسابية، التكرارات، المجموع التقديري، النسب المئوية، الترتيب، لكل محور على حده من محاور الاستبيان.

جدول (7): عضوية الشبكات الاجتماعية للعينة قيد البحث (ن = 300)

م	عضوية الشبكات الاجتماعية	العدد	%	الترتيب
1	Face book	285	95	1
2	Twitter	225	75	2
3	YouTube	174	58	3
4	جميع ما سبق	78	26	4
	المجموع	300	100	----

يتضح من جدول (7) أن عضوية شبكة "الفيس بوك" جاءت في الترتيب الأول بنسبة مئوية (95%)، يليه "التويتر" بنسبة مئوية (75%) ثم اليوتيوب بنسبة مئوية (58%) بالنسبة لعينة البحث من مستخدمى الانترنت.

جدول (8): عدد ساعات الاستخدام للعينة قيد البحث (ن = 300)

م	عدد ساعات الاستخدام	العدد	%	الترتيب
1	اقل من ساعة يوميا	25	34ر8	4
2	من 1 ساعة حتى 3 ساعات	215	67ر71	1
3	من 4 ساعات حتى 6 ساعات	34	34ر11	2
4	اكثر من 6 ساعات يوميا	26	67ر8	3
المجموع		300	100	----

يتضح من جدول (8) أن عدد ساعات الاستخدام لعينة البحث من مستخدمي الانترنت جاءت على النحو التالى: من (1) ساعة حتى (3) ساعات في الترتيب الاول بنسبة مئوية (67ر71%) يليها من (4) ساعات حتى (6) ساعات بنسبة مئوية (34ر11%) يليها اكثر من (6) ساعات يوميا بنسبة مئوية (67ر8%).

جدول(9): أسباب الاستخدام لمواقع التواصل الاجتماعي للعينة قيد البحث (ن= 300)

م	أسباب الاستخدام لمواقع التواصل الاجتماعي	العدد	%	الترتيب
1	اجراء البحوث والدراسات	41	67ر13	5
2	التسلية والترفية	55	33ر18	4
3	متابعة الاخبار	85	33ر28	2
4	متابعة الصحف والمواقع الالكترونية	75	25	3
5	جميع ما سبق	225	75	1
المجموع		300	100	----

يتضح من جدول (9) أن أسباب استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، جاءت على النحو التالي: جميع ما سبق بنسبة مئوية (75%) يليها متابعة الأخبار بنسبة مئوية (33ر28%)، يليها متابعة الصحف والمواقع الالكترونية بنسبة مئوية (25%).

جدول(10) المحور الأول: مفهوم الأزمة على مواقع التواصل الاجتماعي (ن=300)

م	العبارات	التكرارات			المجموع	%	الترتيب
		موافق	إلى حدا ما	غير موافق			
1	الأزمة تعد مشكلة وظاهرة غير مألوفة وموقف طارئ	250	27	23	527	83ر87	4
2	الوقت يمثل قيمة حاسمة في ادارة الأزمة	251	26	23	528	88	3
3	الأزمة قد تتسبب في انهيار مؤسسة	260	25	15	545	83ر90	1
4	الأزمة تعد نقطة تحول للأفضل أو للأسوأ	255	20	25	530	33ر88	2
5	الأزمة تؤدي الى توتر في العلاقات	235	25	40	495	5ر82	5

جدول (11) المحور الثاني: أسباب حدوث الأزمات (ن = 300)

م	العبارات	التكرارات			المجموع	%	الترتيب
		موافق	الى حدا ما	غير موافق			
1	سوء الفهم	225	25	50	475	17ر79	8
2	انتشار الشاعات	260	25	15	545	83ر90	1
3	تعارض الاهداف وصراع المصالح	255	20	25	530	33ر88	2
4	الادارة العشوائية	251	26	23	528	88	3
5	سوء تقدير وتقييم الموقف	250	25	25	525	5ر87	4
6	الاهمال واللامبالاة	245	25	30	515	83ر85	5
7	اسباب طبيعية	230	29	41	489	5ر81	6
8	اسباب اجتماعية	230	27	43	487	17ر81	7

جدول (12): المحور الثالث: أهداف مواقع التواصل الاجتماعي في ادارة الأزمات الأمنية (ن = 300)

م	العبارات	التكرارات			المجموع	%	الترتيب
		موافق	الى حدا ما	غير موافق			
1	منع وقوع الأزمة ما أمكن ذلك	263	25	12	551	83ر91	1
2	التصدي للأزمة حال وقوعها	258	24	18	540	90	2
3	منع تكرار ازمات مشابهة	249	25	26	523	17ر87	3
4	تقليل الخسائر الناجمة عن الأزمة	235	25	40	495	5ر82	8
5	زيادة قدرة المؤسسة في التعامل مع وسائل الاعلام	240	23	37	503	83ر83	7
6	استمرارية أداء المؤسسة اثناء الأزمة	230	25	45	485	83ر80	10
7	تحسين صورة وسمعة المؤسسة وقت الأزمة	235	24	41	494	33ر82	9
8	التواصل الفورى والسريع مع العاملين والعملاء	245	27	28	517	17ر86	6
9	تحسين صورة وسمعة المؤسسة	246	28	26	520	67ر86	5
10	تزويد وسائل الاعلام المختلفة بالمعلومات الصحيحة في التوقيت المناسب	248	27	25	523	17ر87	3 مكرر
11	ازالة الاثار السلبية اللازمة على مستوى العاملين والعملاء	218	25	57	461	83ر76	11

جدول (13) المحور الرابع: آليات مواقع التواصل الاجتماعي في ادارة الأزمات الأمنية (ن = 300)

م	العبارات	التكرارات موافق	الى حدا ما	غير موافق	المجموع	%	الترتيب
1	تسخير وسائل الاتصال اثناء الأزمة للعلاج والحل	225	25	50	475	79ر17	11
2	التدخل في التوقيت المناسب	255	25	20	535	89ر17	2
3	برمجة مخططات الاتصال ضمن الخطط السنوية للمؤسسة	240	23	37	503	83ر83	9
4	ادراج ادارة الأزمات بأقسام العلاقات العامة والاعلام بالمؤسسة	251	26	23	528	88	5
5	تجزئة الأزمة إلى أزمات فرعية والعمل على حلها	255	19	26	529	88ر17	4
6	تحويل مسار الأزمة ما أمكن	255	20	25	530	88ر33	3
7	احتواء ومحاصرة وتطويق الأزمة اعلامية وفنيا في اطار محدود	262	24	14	548	91ر33	1
8	إنشاء قاعدة شاملة ودقيقة من المعلومات والبيانات	250	26	24	526	87ر67	6
9	توافر نظام اتصال يتسم بالكفاءة والفعالية	248	28	24	524	87ر33	7
10	استخدام اكثر من وسيلة اعلامية لعلاج الأزمة	245	30	25	520	86ر67	8
11	استخدام الاتصال الشخصي لخلق الثقة والتفاهم بين الادارة واطراف الأزمة	235	24	41	494	82ر33	10

جدول (14) المحورالخامس: أساليب التعامل مع الأزمات الأمنية على مواقع التواصل الاجتماعي (ن =300)

م	العبارات	التكرارات موافق	الى حدا ما	غير موافق	المجموع	%	الترتيب
1	الأسلوب القهري وهو استخدام القوة لإجبار الخصم على التراجع عن موقفه	248	27	25	523	87ر17	2
2	أسلوب وقف النمو وهو القبول بالأمر الواقع وبذل الجهود لمنع التدهور وضمان عدم الوصول إلى درجة الانفجار	238	22	40	498	83	6
3	أسلوب التساوم يقوم على مبدأ التفاوض كأساس لحل الأزمة	247	23	29	517	86ر16	4
4	أسلوب التجزئة وهو عبارة عن تحويل الأزمات ذات الكتلة الكبيرة إلى أجزاء أو أزمات صغيرة	255	19	26	529	88ر17	1
5	أسلوب إجهاض الفكر يسعى هذا الأسلوب إلى إجهاض هذا الفكر والتأثير عليه وذلك عن طريق التشكيك في عناصر الأزمة	240	36	24	516	86	5
6	أسلوب تصعيد الأزمة وتهدف إلى الإسراع بدفع القوى المشاركة في صناعة الأزمة إلى مرحلة متقدمة كي تظهر خلافاتهم	245	30	25	520	86ر67	3
7	أسلوب التنازل وهو يعني الرضوخ إلى مطالب الخصم في سبيل إنهاء الأزمة وتحمل كافة الخسائر المترتبة	212	20	68	444	74	7

جدول (15) المحور السادس: التأثيرات المعرفية والسلوكية نتيجة التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي (ن =300)

م	العبارات	التكرارات موافق	الى حدا ما	غير موافق	المجموع	%	الترتيب
1	أتابع مواقع التواصل لانها تمدني بالمعلومات الصحيحة	230	27	43	487	81ر17	5
2	أستعن بمعلومات من مواقع التواصل في مناقشاتي مع الأصدقاء	248	28	24	524	87ر33	3
3	شاركت في حدث دعيت إليه من صفحات التواصل الاجتماعي	251	26	23	528	88	2
4	أدافع عن موقف الدولة والحكومة من الأحداث الجارية	247	23	29	517	86ر16	4
5	أكون رأيا عاما عن الأحداث من خلال صفحات التواصل الاجتماعي	255	25	20	535	89ر17	1

عرض وتفسير ومناقشة النتائج:

المحور الأول: مفهوم الأزمة على مواقع التواصل الاجتماعي

يتضح من جدول (10) أن النسبة المئوية لاستجابات عينة البحث تتروح ما بين (90ر83%) و(82ر5%)، وان العبارات الأعلى من (85%) بلغت 4 عبارات وجاءت على النحو التالي:

1- الأزمة قد تتسبب في انهيار مؤسسة. بنسبة مئوية (90ر83%)
2- الأزمة تعد نقطة تحول للأفضل أو للأسوأ. بنسبة مئوية (88ر33%)
3- الوقت يمثل قيمة حاسمة في ادارة الأزمة. بنسبة مئوية (88%)
4- الأزمة تعد مشكلة وظاهرة غير مألوفة وموقف طارىء. بنسبة مئوية (87ر83%)

ويرجع الباحث ذلك إلى: ارتباط ظاهرة الأزمة بالإحساس بالخطر والتوتر وأهمية عنصر الوقت اللازم لاتخاذ قرارات وإجراءات المواجهة، فالأزمة موقف يحتاج إلى بذل الجهد للتعرف على متغيراته، وتفسير ظواهره، ومحاولة السيطرة على أحداثه، وتجنب مخاطره، والتعامل مع هذا الموقف يستلزم توافر رؤية متعمقة للأحداث السابقة لمعرفة أسباب الأزمة والظروف والتربة الخصبة التي أتاحت لها الوجود، كما يستلزم ذهنًا متفتحًا لإدراك جميع الأبعاد المحيطة بالأزمة. أخيرًا رؤية مستقبلية لتوقع ما سيحدث من تطورات.

يتفق ذلك مع ما أكده محمد عشماوي (2016)(35)، وعلاء المليجي (2015)(25)، وعباس صادق (2014)(22)، ومحمد شومان (2012)(3)، أن الأزمة تحمل مجموعة

من السمات والخصائص تتمثل في المفاجأة العنيفة عند انفجارها، نقطة تحول أساسية، ينقص فيها التحكم في الأحداث كما تسود فيها ظروف عدم التأكد، ونقص المعلومات والغموض، وعدم وضوح الرؤية، إضافة إلى ضغط الوقت والحاجة إلى اتخاذ قرارات سريعة وفعّالة وصائبة. وتمثل الأزمة تهديدًا شديدًا للمصالح والأهداف والافتراضات الأساسية التي يقوم عليها النظام، وقد تؤدي إلى انهيار سمعة المنظمة أو سمعة متخذ القرار، وتفقد رسالة المؤسسة مصداقيتها تجاه المجتمع، تتسبب في وقوع خسائر مادية أو بشرية أو نفسية.

المحور الثاني: أسباب حدوث الأزمات

يتضح من جدول (11) أن النسبة المئوية لاستجابات عينة البحث، تتراوح ما بين (83ر90%) و(17ر79%). وان العبارات الأعلى من (85%)، بلغت 5 عبارات وجاءت على النحو التالي:

1- انتشار الشائعات. بنسبة مئوية (83ر90%)

2- تعارض الأهداف وصراع المصالح. بنسبة مئوية (33ر88%)

3- الادارة العشوائية. بنسبة مئوية (88%)

4- سوء تقدير وتقييم الموقف. بنسبة مئوية (5ر87%)

5- الاهمال واللامبالاة. بنسبة مئوية (83ر85%)

ويرجع الباحث ذلك إلى: ان حدوث الأزمات يرجع إلى أسباب جماعية للمؤسسة، تتمثل في انتشار الشائعات بين أفرادها، وتعارض الأهداف وصراع المصالح والادارة غير العلمية التي لا تستند على المنهج والاسلوب العلمي في حل المشكلات. كما ان الاهمال الشخصي قد ينتج عنه مشكلات وأزمات لا حصر لها.

ويتفق ذلك مع ما أكده محمد الصادق (2016)(31)، وسيد الهواري (2015)(21)، وأمنية عبد المنعم (2015)(8)، والسيد عليوه (2014)(20)، وسالم الجبسي (2011)(16)، وأحمد نور الدين (2010)(3)، أن انتشار الأخبار غير الصحيحة بين الأفراد قد يكون مبالغًا فيه، أو بعيدًا من الصحة بغرض التأثير في سلوك مجموعة معينة أو تغير أفكارهم أو قيادتهم بطريقة خاطئة. مما يؤدي إلى انفجار الأزمة، وعدم السيطرة عليها، في غياب القيادة الديمقراطية وعدم مشاركه الأطراف المعنية، وأصحاب المصالح قد تتعارض أهداف صنّاع القرار مع متخذي القرار مع منفذي القرار مع أصحاب المصلحة. ويحدث تعارض وصراعات بينهم، وبالتالي اختلاف على الأهداف وفقدان للمصداقية، فتكون المنظمة موطنًا للكثير من الأزمات. كما ان الادارة التي لا تستند على أسلوب علمي في إدارة أمورها، فهي تعالج ظواهر المشكلات، ولا تهتم بجذور المشكلة، ولا تستند على معايير أداء واقعية للحكم على الأمور. وهذا مظهر من مظاهر قصور وضعف الإدارة الذي يترتب عليه وقوع أزمات عديدة. وقد ينشأ سوء التقدير والتقييم للموقف نتيجة المغالاة

في الثقة بالنفس، والاقلال من قدرات الآخرين، وبالتالي الاستهانة بهم في الوقت الذي تزداد فيه قوتهم وخطرهم.

المحور الثالث: أهداف مواقع التواصل الاجتماعي في ادارة الأزمات الأمنية

يتضح من جدول (12) أن النسبة المئوية لاستجابات عينة البحث، تتراوح ما بين (83ر91%) و(83ر76%)، وان العبارات الأعلى من (85%) بلغت 6 عبارات، وجاءت على النحو التالي:

1- منع وقوع الأزمة ما أمكن ذلك. بنسبة مئوية (83ر91%)

2- التصدي للأزمة حال وقوعها. بنسبة مئوية (90%)

3- منع تكرار أزمات مشابهة. بنسبة مئوية (17ر87%)

4- تزويد وسائل الاعلام المختلفة بالمعلومات الصحيحة في التوقيت المناسب. بنسبة مئوية (17ر87%)

5- تحسين صورة وسمعة المؤسسة. بنسبة مئوية (67ر86%)

6- التواصل الفوري والسريع مع العاملين والعملاء. بنسبة مئوية (17ر86%)

ويرجع الباحث ذلك إلى: ان مواقع التواصل الاجتماعي قد تسهم في حسن إستغلال الوقت المتاح للمواجهة عن طريق تقليل الوقت اللازم لاتخاذ قرار المنع / المواجهة، محاولة القضاء على قدر كبير من التخبط والعشوائية وانفعال اللحظه التي عادة ما يصاحب الأزمات، بالاضافة الى الاستغلال الكفوء للموارد المتاحة، وضمان سرعة توجيهها للتعامل مع الأزمة، القدرة على التعامل مع الأزمة بأسلوب المبادرة وليس برد الفعل والمحافظة على صورة المنظمة أمام الأطراف المعنية والمجتمع.

ويتفق ذلك مع ما أكده حسين هتيمي (2015)(11)، ورافت عبد الرزاق(2013)(13)، وسامية جابر (2010)(18)، وحازم البيلاوي (2008)(9)، ومحمد ابو عامود (2008)(34)، وزاهر رامي (2003)(15)، أن مواقع التواصل الاجتماعي تعمل على تفعيل الطاقات المتوافرة لدى الإنسان ويوجهها للبناء والإبداع في إطار "تطوير القديم وإحلال الجديد من قيم وسلوك، وزيادة مجالات المعرفة للجمهور، وازدياد قدرتهم على التقمص الوجداني وتقبلهم للتغيير، وبهذا فإن الاتصال له دور مهم، ليس في بثّ معلومات، بل تقديم شكل الواقع، واستيعاب السياق الاجتماعي والسياسي الذي توضع فيه الأحداث.

المحور الرابع: آليات مواقع التواصل الاجتماعي في ادارة الأزمات الأمنية

يتضح من جدول (13) أن النسبة المئوية لاستجابات عينة البحث، تتراوح ما بين (33ر91%) و(17ر79%)، وان العبارات الأعلى من (85%) بلغت 8 عبارات وجاءت على النحو التالي:

1- احتواء ومحاصرة وتطويق الأزمة اعلاميًا وفنيًا في اطار محدود. بنسبة مئوية (33ر91%)

2- التدخل في التوقيت المناسب. بنسبة مئوية (17ر89%)

3- تحويل مسار الأزمة ما أمكن. بنسبة مئوية (33ر88%)

4- تجزئة الأزمة إلى أزمات فرعية والعمل على حلها. بنسبة مئوية (17ر88%)

5- ادراج ادارة الأزمات بأقسام العلاقات العامة والاعلام بالمؤسسة. بنسبة مئوية (88%)

6- إنشاء قاعدة شاملة ودقيقة من المعلومات والبيانات. بنسبة مئوية (67ر87%)

7- توافر نظام اتصال يتسم بالكفاءة والفعالية. بنسبة مئوية (33ر87%)

8- استخدام أكثر من وسيلة اعلامية لعلاج الأزمة. بنسبة مئوية (67ر86%)

ويرجع الباحث ذلك إلى: ان ادارة الأزمات الأمنية تنطوي باعتبار المؤسسة الأمنية احدى المؤسسات التي يجب أن تكون مستعدة دائما لمواجهة الأزمات من خلال الثقافة التنظيمية الواعية، واتباع منهج التخطيط الاستراتيجي والتحسين المستمر، وتطبيق أسلوب ادارة الأزمات بشكل احترافي مما يجعلها تطبيق مختلف الاليات لمواجهة الأزمات عبر مواقع التواصل الاجتماعي بدءًا من احتواء ومحاصرة الأزمة، وتحويل مسارها حتى حلها.

يتفق ذلك مع ما أكده محمود هارون (2017)(37)، وعلي الباز (2016)(26)، ومحمد ابو عامود (2015)(33)، وممدوح الحيطي (2015)(40)، وفؤاد الجبوري واخرون (2011)(27)، ان تقدير الموقف وتحديد التصرفات والقوى التي صنعت الأزمة، ورصد عناصر القوة والقوى المساعدة والمؤيدة لقوى الأزمة، بالاضافة الى تحليل اسباب التوتر على أساس المعلومات التي تم الحصول عليها. ونتيجة لعدم توفر الوقت اللازم تحتاج ادارة الأزمة الى المعلومات اللازمة في الوقت المناسب باستخدام مخرجات نظام المعلومات الادارية (MIS)، فضلا عن السيناريوهات الجاهزة المعتمدة في الخزين المعرفي لقواعد البيانات في أنظمة دعم القرارات (DSS) والأنظمة الخبيرة (ES). ومن خلال المعرفه الكاملة بالسيناريوهات البديلة والسيناريو المعتمد للتدخل في الأزمة واسناد المهام وتوزيع الأدوار على فريق المهام الأزموي، يكون متخذ القرار الاداري قد حدد كل شي ووضع كل الاحتمالات حسب اتجاهاتها، ثم اتخذ القرار. وتأتي هذه المرحلة نتيجة لما بعد احتواء الأزمة، وتعمل المنظمة بكفاءة عالية لتوجيه وتنظيم حلّ الأزمة باستخدام الوسائل والأساليب المتاحة.

المحور الخامس: أساليب التعامل مع الأزمات الأمنية على مواقع التواصل الاجتماعي

يتضح من جدول (14) أن النسبة المئوية لاستجابات عينة البحث، تتراوح ما بين (17ر88%) و(74%)، وان العبارات الأعلى من (85%) بلغت 5 عبارات وجاءت على النحو التالي:

1- أسلوب التجزئة وهو عبارة عن تحويل الأزمات ذات الكتلة الكبيرة إلى أجزاء أو أزمات صغيرة. بنسبة مئوية (17ر88%)

2- الأسلوب القهري وهو استخدام القوة لإجبار الخصم على التراجع عن موقفه. بنسبة مئوية (17ر87%)

3- أسلوب تصعيد الأزمة وتهدف إلى الإسراع بدفع القوى المشاركة في صناعة الأزمة إلى مرحلة متقدمة كي تظهر خلافاتهم. بنسبة مئوية (67ر86%)

4- أسلوب التساوم يقوم على مبدأ التفاوض كأساس لحل الأزمة. بنسبة مئوية (16ر86%)

5- أسلوب إجهاض الفكر يسعى هذا الأسلوب إلى إجهاض هذا الفكر والتأثير عليه وذلك عن طريق التشكيك في عناصر الأزمة. بنسبة مئوية (86%)

ويرجع الباحث ذلك إلى: ان طبيعة التعامل مع الأزمات على مواقع التواصل الاجتماعي كعملية لأن تتبع من النظرة المتأنية والتدقيق في صنع القرار الخاص بها، ومحاولة استخدام أساليب متعددة في التعامل مع الأزمات سواء تجزئة الأزمة أو المساومة والتفاوض، أو اجهاض الفكر أو حتى استخدام القوة لاجبار الخصم على التراجع وتعديل موقفه.

يتفق ذلك مع ما أكده محي الديهي (2015)(38)، وموسى الموسوي وآخرون (2015) (42)، ومشاري موسى (2015)(39)، ومحمود عمر (2014)(36)، ومحمد ابو عامود (2010) (32)، أن التعامل مع الأزمات لا يسير على منوال واحد، فلا توجد أزمتان متشابهتان تماما، فكل أزمة لها طبيعة خاصة بها، ونتائج وطرق علاج تختلف عن الأخرى. لذلك فان عملية التشخيص والتحديد الواضحة للأزمات، تعد من أخطر وأهم العمليات في الادارة الناجحة للتعامل مع الأزمات خاصة في مواقع التواصل الاجتماعي. فليس بالضرورة ان تكون كل المواقف الطارئة أزمات. وعلى المؤسسات الأمنية بناء ثقافة مانعة لأسباب الأزمات من خلال مواقع التواصل الاجتماعي وغيرها من وسائل تكنولوجيا الاتصال.

المحور السادس: التأثيرات المعرفية والسلوكية نتيجة التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي

يتضح من جدول (15) أن النسبة المئوية لاستجابات عينة البحث تتراوح ما بين (17ر89%) و(83ر77%)، وان العبارات الأعلى من(85%)، بلغت 4 عبارات وجاءت على النحو التالي:

1-أكوّن رأيًا عامًا عن الأحداث من خلال صفحات التواصل الاجتماعي. بنسبة مئوية (17ر89%)

2-شاركت في حدث دعيت إليه من صفحات التواصل الاجتماعي. بنسبة مئوية (88%)

3-أستعن بمعلومات من مواقع التواصل في مناقشاتي مع الاصدقاء. بنسبة مئوية (33ر87%)

4-أدافع عن موقف الدولة والحكومة من الأحداث الجارية. بنسبة مئوية (16ر86%)

ويرجع الباحث ذلك إلى: ان هناك تأثيرات ايجابية لمواقع التواصل الاجتماعي تكمن في محاولة تكوين رأي عام لمستخدمي الانترنت والدفاع عن الدولة والحكومة في بعض المواقف والقضايا في ضوء ما يستمده الفرد من معلومات.

يتفق ذلك مع ما أكده ميرهان أبو الفتوح (2017)(43)، وليلى جرار (2015)(29)، ولسلى سكلير (2013)(28)، وحمدي شعبان(2012)(12)، وحسني عوض (2012)(10)، وعبدالله البريدي (2005)(23)، ان النتائج المتوقعة للأزمات على السلوك التنظيمي تؤدي الى انخفاض درجة التكامل قبل حدوث وزيادة رغبة الأفراد، وهو ما يعرف بالسلوك الانسحابي، وخفض قنوات الاتصال المستخدمة في ضوء نقص المعلومات وزيادة وتقوية اية صراعات كانت موجودة قبل حدوث الأزمة. وسعي الادارة الفعالة التي تقوم بالتنبؤ بالأزمة واكتشاف اشارات الانذار السابقة لحدوث الأزمة والتخطيط لها انطلاقا من الادارة الاستراتيجية للمؤسسة الأمنية.

- **الاستناجات والتوصيات:**

أولا: الاستناجات:

المحور الأول: مفهوم الأزمة على مواقع التواصل الاجتماعي

1- الأزمة قد تتسبب في انهيار مؤسسة.
2- الأزمة تعد نقطة تحول للأفضل أو للأسوأ.
3- الوقت يمثل قيمة حاسمة في ادارة الأزمة.
4- الأزمة تعد مشكلة وظاهرة غير مألوفة وموقف طارىء.

المحور الثاني: أسباب حدوث الأزمات

1- انتشار الشائعات.
2- تعارض الأهداف وصراع المصالح.
3- الادارة العشوائية.
4- سوء تقدير وتقييم الموقف.
5- الاهمال واللامبالاة.

المحور الثالث: أهداف مواقع التواصل الاجتماعي في ادارة الأزمات الأمنية

1- منع وقوع الأزمة ما أمكن ذلك.
2- التصدي للازمة حال وقوعها.
3- منع تكرار أزمات مشابهة.
4- تزويد وسائل الاعلام المختلفة بالمعلومات الصحيحة في التوقيت المناسب.
5- تحسين صورة وسمعة المؤسسة.
6- التواصل الفوري والسريع مع العاملين والعملاء.

المحور الرابع: آليات مواقع التواصل الاجتماعي في ادارة الأزمات الأمنية

1- احتواء ومحاصرة وتطويق الأزمة اعلاميًا وفنيًا في اطار محدود.
2- التدخل في التوقيت المناسب.
3- تحويل مسار الأزمة ما أمكن.
4- تجزئة الأزمة إلى أزمات فرعية والعمل على حلها.
5- ادراج ادارة الأزمات بأقسام العلاقات العامة والاعلام بالمؤسسة.
6- إنشاء قاعدة شاملة ودقيقة من المعلومات والبيانات.
7- توافر نظام اتصال يتسم بالكفاءة والفعالية.
8- استخدام أكثر من وسيلة اعلامية لعلاج الأزمة.

المحور الخامس: أساليب التعامل مع الأزمات الأمنية على مواقع التواصل الاجتماعي

1- أسلوب التجزئة وهو عبارة عن تحويل الأزمات ذات الكتلة الكبيرة إلى أجزاء أو أزمات صغيرة.
2- الأسلوب القهري وهو استخدام القوة لإجبار الخصم على التراجع عن موقفه.
3- أسلوب تصعيد الأزمة وتهدف إلى الإسراع بدفع القوى المشاركة في صناعة الأزمة إلى مرحلة متقدمة كي تظهر خلافاتهم.
4- أسلوب التساوم يقوم على مبدأ التفاوض كأساس لحل الأزمة.
5- أسلوب إجهاض الفكر يسعى هذا الأسلوب إلى إجهاض هذا الفكر والتأثير عليه وذلك عن طريق التشكيك في عناصر الأزمة.

المحور السادس: التأثيرات المعرفية والسلوكية نتيجة التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي

1- أكوّن رأيًّا عامًا عن الأحداث من خلال صفحات التواصل الاجتماعي.
2- شاركت في حدث دعن إليه من صفحات التواصل الاجتماعي.
3- استعن بمعلومات من مواقع التواصل في مناقشاتي مع الاصدقاء.
4- أدافع عن موقف الدولة والحكومة من الأحداث الجارية.

- **ثانيا: التوصيات:**

1- استثمار منهج ادارة الأزمات كأسلوب اداري فعّال، وكونه فرصة ملائمة لمساعدة العديد من المؤسسات والدول في مساعيها نحو الاصلاح الاقتصادي والاداري والاجتماعي من خلال التوجه برسائل عبر مواقع التواصل الاجتماعي المختلفة واستقطاب الشباب بوسائل واقعية وملائمة تحاكي حياتهم اليومية بلغة سهلة وبسيطة بعيدة من التعقيد.

2- تفعيل مشاركة المواطنين خاصة في أوقات الأزمات الأمنية خاصة مستخدمي الانترنت في مواقع الاعلام كون ان المواطن أصبح صانع الحدث الاعلامي وهو بالتالي يحظى باهتمام وثقة متزايدين من الجمهور العادي.

3- اخضاع مواقع التواصل الاجتماعي لمزيد من الدراسات المتعمقة التحليلية والميدانية التي تقوم بها المؤسسات البحثية الكبرى للاستفادة منها في رصد تيارات واتجاهات الرأي العام خاصة في القضايا الأمنية والقضايا الحيوية، ومعرفة دوافع هذه الاستخدامات والاشباعات المحققة منها، وتوصية أن تتواكب مناهج كليات الاعلام مع كل المستحدثات في هذا الموضوع.

4- الدعوة لانشاء مجموعات عمل تضم خبراء في ادارة الأزمات والاعلام وعلم الاجتماع لمراقبة ودراسة مواقع التواصل الاجتماعي لتكون أكثر فعالية في التواصل مع الجمهور في التركيز على الجوانب الايجابية وتجاوز السبية منها.

***

الهوامش:

*** باحث من الكويت - يُعدّ أطروحة دكتوراه في المعهد العالي للدكتوراه في الآداب والعلوم الإنسانية والاجتماعية - الجامعة اللبنانية**

قائمة المراجع:

- المراجع العربية:

1- ألاء عادل عيد (2016): "تعرض الشباب الجامعي للارهاب الإلكتروني عبر مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته باستخدامهم للانترنت"، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية التربية، جامعة المنوفية.

2- إبراهيم إمام (2008): الإعلام والاتصال بالجماهير، ط3، مكتبة الانجلو المصرية، القاهرة.

3- أحمد توفيق نور الدين (2010): نظم ادارة الأزمات - دراسات تطبيقية في استراتيجات مكافحة الاهاب، الشركة العربية المتحدة للتسويق والتوريدات، القاهرة.

4- أحمد ضياء الدين محمد (2010): ادارة الأزمة الأمنية، دار النهضة العربية للنشر والتوزيع، القاهرة.

5- أمجد أنور نور (2014): "الشرطة المجتمعية نموذج مقترح لاستراتيجية جديدة للعمل الامني - دراسة تطبيقية على بيئات متباينة"، أطروحة دكتوراه غير منشورة، معهد الدراسات والبحوث البيئية، جامعة عين شمس، القاهرة.

6- أمنية عبد الرحمن الديب (2016): "تقييم فاعلية توظيف تكنولوجيا الاتصال التفاعلي في ادارة الأزمات التي تواجه المنظمات العامة في مصر"، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الاعلام، جامعة القاهرة، القاهرة.

7- أمنية محمد سالم (2015): ادارة الأزمات والتخطيط الاستراتيجي، المكتب العربي للمعارف، القاهرة.

8- أمنية محمد عبد المنعم (2015): "استراتيجات العلاقات العامة في ادارة ازمة الاضطرابات والاحتجاجات بالشركات الصناعية عقب ثورة 25 يناير، "رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الاداب، جامعة الاسكندرية.

9- حازم الببلاوي (2008): على أبواب عصر جديد، ط 2، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة.

10-حسني عوض (2012): اثر مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية المسؤولية المجتمعية لدى الشباب، المجلة العلمية، جامعة القدس المفتوحة، القدس، فلسطين.

11-حسين محمود هتيمي (2015): العلاقات العامة وشبكات التواصل الاجتماعي، دار اسامة للنشر والتوزيع، القاهرة.

12-حمدي شعبان (212): الإعلام الأمني وإدارة الأزمات والكوارث، ط2، مطابع الشرطة، القاهرة

13- رأفت مهند عبد الرزاق (2013): "دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي"، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الاداب والعلوم، جامعة البترا، عمان، الاردن.

14- رانيا حاكم كامل (2016): "جرائم الانترنت في المجتمع المصري"، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية البنات للاداب والعلوم والتربية، جامعة عين شمس، القاهرة.

15- زاهر محمد رامي (2003): استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي، مجلة التربية، ع 15، جامعة عمان الأهلية، عمان، الاردن.

16- سالم عبد الله الجبسي (2011): ادارة الأزمات الأمنية، مركز الامارات للدراسات والبحوث الاستراتيجية، ابو ظبي، الامارات.

17- سامي وفيق زنداح (2016): "أثر القيادة المهنية في ادارة الأزمات - دراسة تطبيقية على وزارة الصحة الفلسطينية (قطاع غزة)"، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية التجارة، جامعة عين شمس، القاهرة.

18- سامية محمد جابر (2010): منهجيات البحث الاجتماعي والإعلامي، دار المعرفة الجامعية، القاهرة.

19- سعود محمد العجمي (2016): " دور شبكات التواصل الاجتماعي في بناء النقاش حول القضايا السياسية والاجتماعية بدولة الكويت"، أطروحة دكتوراه غير منشورة، كلية الاعلام، جامعة القاهرة، القاهرة.

20- السيد عليوه (2014): ادارة الأزمات والكوارث - مخاطر العولمة والارهاب الدولي"، ط 3، دار الامين للنشر والتوزيع، القاهرة.

21- سيد محمد الهواري (2015): الموجز في ادارة الأزمات - أصول التشخيص والقياس والتخطيط والسيطرة "، ط 3، مكتبة عين شمس للنشر والتوزيع، القاهرة.

22- عباس مصطفى صادق (2014): الإعلام الجديد المفاهيم والوسائل والتطبيقات، ط2، دار الشروق للنشر والطباعة، القاهرة.

23- عبدالله عبد الرحمان البريدي (2005): الابداع يخنق الأزمات، ط2، بيت الافكار الدولية للنشر والتوزيع، الرياض.

24- عطية حسن افندي (2005): اتجاهات جديدة في الادارة، ط2، كلية الاقتصاد والعلوم السياسية، مركز البحوث والدراسات السياسية، جامعة القاهرة، القاهرة.

25- علاء الدين محمد المليجي (2015): الاعلام وشبكات التواصل الاجتماعي العالمية، دار التعليم الجامعي للنشر، الاسكندرية

26- علي الباز (2016): الإعلام والإعلام الأمني، ط3، مركز الإشعاع الفني، الاسكندرية.

27- فؤاد الجبوري، سمية الربيعي، امل العبيدي (2011): "ادارة الأزمات الالكترونية واتخاذ القرار"، مجلة جامعة بابل للعلوم الانسانية، المجلد (19)، العدد (1)، 2011، بابل، العراق.

28- لسلي سكلير (2013): سوسيولوجيا النظام الكوكبي، ترجمة فاضل جتكر، مركز دراسات الوحدة العربية والمنظمة العربية للترجمة، بيروت.

29- ليلى أحمد جرار (2015): الفيسبوك والشباب العربي، مكتبة الفلاح، ط2، عمان، الاردن.

30- محمد أحمد شومان (2012): الاعلام والأزمات - مدخل نظري وممارسات عملية، ط2، دار الكتب العلمية للنشر، القاهرة.

31- محمد سامي عبد الصادق (2016): شبكات التواصل الاجتماعي ومخاطر انتهاك الحق في الخصوصية "، دار النهضة العربية، القاهرة.

32- محمد سعد ابو عامود (2010): الإعلام والسياسة في عالم جديد، ط2، دار الفكر الجامعي، الاسكندرية.

33- محمد سعد ابو عامود (2015): العلاقات الدولية المعاصرة، ط2، دار الفكر الجامعي، الاسكندرية.

34- محمد سعد ابو عامود (2008): النظم السياسية في ظل العولمة، الاسكندرية، دار الفكر الجامعي.

35- محمد عبد الوهاب حسن عشماوي (2016): دور الصحف في ادارة الأزمات: دراسة تطبيقية على جريمة الثأر، ط 2، منشأة المعارف، الاسكندرية.

36- محمود أنيس عمر (2014): المسؤولية الأمنية في ادارة الأزمات والكوارث، منشأة المعارف للنشر والتوزيع، الاسكندرية.

37- محمود طارق هارون (2017): الشبكات الاجتماعية على الانترنت وتأثيرها في المعرفة البشرية: بين النظرية والتطبيق، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة.

38- محي الدين اسماعيل الديهي (2015): تأثير شبكات التواصل الاجتماعي الاعلامية على جمهور المتلقين"، مكتب الوفاء القانونية، الاسكندرية.

39- مشاري محمد مرسي (2015): شبكات التواصل الاجتماعي الرقمية نظرة في الوظائف، ط2، دار المستقبل العربي، بيروت.

40- ممدوح عبد الواحد الحيطي (2015): شبكات التواصل الاجتماعي والتحولات السياسية في المجتمع المصري"، دار ومكتبة الاسراء للنشر والتوزيع، القاهرة.

41- منتصر عدلي محمد (2017): "اطار مقترح لتطوير التشريعات المتعلقة بالجريمة المنظمة والمخدرات وانعاكاسات ذلك على المجتمع المصري"، رسالة ماجستير غير منشورة، معهد الدراسات والبحوث البيئية، جامعة عين شمس، القاهرة.

42- موسى جواد الموسوي وآخرون(2015): الإعلام الجديد تطور الأداء والوسيلة والوظيفة، ط2، مكتبة الإعلام المجتمع، بغداد.

43- ميرهان محمد ابو الفتوح (2017): "أثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي عبر الانترنت على الثقافة السياسية في مصر: دراسة حالة للجامعات المصرية"، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الاقتصاد والعلوم السياسية، جامعة القاهرة، القاهرة.

- ثانيا: المراجع الأجنبية:

44- Abdelhalim BEDRANE,(2010): Leadership et changement stratégique: le style de leader dans la démarche de transformation, Publication centre d'études et de 170, recherche sur les organisation et la gestion, Université de droit d'économie et des sciences, aix Marseille, France.

45- Catherine , O'Donnell (2011) New Study Quantifies use of social media in Arab Spring.

46-Michael Faison (2009) communicating out of crisis,1st ed., Macmillan press, London, p.5
47 - Samuel Coad Dyer (2012) Getting People In Crisis
Communication Plane, public relations quarterly, Vol.40, Fall.
No.3, p.38.
48- Sarah John (2012): World Development book case study: the role of social networking in the Arab Spring,.

***

ملخص البحث

يهدف هذا البحث إلى ادارة الأزمات الأمنية عبر مواقع التواصل الاجتماعي من خلال المحاور التالية:

1- مفهوم الأزمة على مواقع التواصل الاجتماعي.
2- أسباب حدوث الأزمات.
3- أهداف مواقع التواصل الاجتماعي في ادارة الأزمات الأمنية.
4- آليات مواقع التواصل الاجتماعي في ادارة الأزمات الأمنية.
5- أساليب التعامل مع الأزمات الأمنية على مواقع التواصل الاجتماعي.
6- التأثيرات المعرفية والسلوكية نتيجة التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي.

استخدم الباحث المنهج الوصفي الميداني المناسب لأهداف هذه البحث بلغت عينة البحث 300 مفحوص من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي بمدينة الكويت، واشتملت عينة البحث على تخصصات مهنية مختلفة ومستويات اجتماعية واقتصادية متنوعة، كذلك مستويات تعليمية وفئات عمرية مختلفة. وتوصل الباحث إلى النتائج التالية: من أهداف مواقع التواصل الاجتماعي في ادارة الأزمات، تزويد وسائل الاعلام المختلفة بالمعلومات الصحيحة في التوقيت المناسب. تحسين صورة وسمعة المؤسسة.

***

Summary

Management of security crises on social networking sites from Internet users point of view

This research aims to manage security crises through social networking sites through the following axes:-

1- The concept of crisis on social networking sites.
2. Causes of crises.
3. Objectives of social networking sites in the management of security crises.
4 - mechanisms of social networking sites in the management of security crises.
5 - Methods of dealing with security crises on social networking sites.
6 - Cognitive and behavioral effects of exposure to social networking sites.

The researcher used the field descriptive method suitable for the objectives of this research. The sample of the study was 300 persons from the users of social networking sites in Kuwait city. The sample included different professional specialties, different socioeconomic levels, educational levels and different age groups. The researcher reached the following results: The objectives of the social networking sites in crisis management provide the various media with the correct information in a timely manner. Improve the image and reputation of the organization.

***